

## **СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОРПОРАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ**

**Вахрушев Р. А.,  
научный руководитель - Плачев Е.А.  
Сибирский федеральный университет**

Создание корпоративной политики имеет огромное значение на предприятии. Это помогает легче управлять персоналом. Корпоративная политика также может выступать маркетинговым ходом, так как каждый ваш сотрудник будет нести информацию в массы. Важно, что корпоративная политика может быть частью стратегии предприятия, так как может включать в себя принципы компании. Получается, что через корпоративный дух легче донести цели фирмы. Цель нашей работы: рассмотреть, как ведется корпоративная политика в США и России, и определить Современные проблемы корпоративной политики в России.

В США в 30-х годах XX века собственники бизнеса стали расширять сферы своей коммерческой деятельности, в связи с этим им пришлось передавать руководящие функции другим лицам. Акционерам был нужен рост капитализации, а менеджерам высшего звена – солидный социальный статус, высокая зарплата и приличные бонусы. Тогда появились первоначальные этапы корпоративной политики. В России же понятие корпоративная политика проявилось в начале 90-х.

В конце XX века в США остро встала проблема системного подхода к корпоративному управлению, так как инвесторы инициировали разработку компаниями собственных кодексов корпоративного управления и ведения корпоративной политики. Они хотели видеть в этих кодексах разграничение сфер деятельности и ответственности, а также распределение исполнительных и контролирующих функций. Инвесторам необходимо было оговорить правила и процедуры, которые обеспечивали бы акционерам доступ к информации о деятельности компании. Иначе говоря, инвесторам требовалась полная и достоверная информация о функционировании механизмов корпоративного управления и продвижения корпоративной политики в компании.

Развитие корпоративной политики в России началось в конце 90-х XX века и по настоящее время является большой проблемой для организаций. В нашей стране корпоративная политика представлена в таком виде:

- выявлены особенности применения международных принципов корпоративной политики в России, связанные с историей и географией страны, менталитетом населения и традициями корпоративного управления;
- определены резервы развития российского корпоративного сектора, которые сдерживают становление современных эффективных моделей социально- трудовых отношений (необходимость усиления роли внешних акционеров, становление эффективного социального партнерства и т.п.);
- определено, что в России корпоративная социальная ответственность на современном этапе особое внимание уделяет отношениям с работниками;
- на основе анализа ряда социальных программ российских корпораций выделены приоритеты в направлении развития персонала: обучение и профессиональное развитие, применение мотивационных схем оплаты труда, предоставление социального пакета, участие работников в принятии решений, поддержание внутренних коммуникаций.

В корпоративной политику крупных и средних предприятий входит следующее:

- производство качественной продукции и услуг для потребителей;
- создание привлекательных рабочих мест;
- выплата легальных зарплат и инвестиции в развитие человеческого потенциала;
- неукоснительное выполнение требований законодательства: налогового, трудового, экологического и т.п.;
- построение добросовестных отношений со всеми заинтересованными сторонами;
- эффективное ведение бизнеса, ориентированного на создание добавленной экономической стоимости и рост благосостояния своих акционеров;
- учет общественных ожиданий и общепринятых этических норм в практике ведения дел;
- вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообщества.

Анализируя международный видно, что современный корпоративный сектор является не только эффективным экономическим субъектом, но и эффективным субъектом социальной политики: корпоративная социальная ответственность - это ответственность компании перед людьми, организациями и обществом в целом. Она включает в себя ответственность по отношению к партнерам, потребителям, работникам, перед обществом в целом, экологическую ответственность.

В корпоративную политику средних и крупных предприятий России стоит внести следующие особенности:

- подбор высококвалифицированного персонала;
- повышение квалификации и опыт работ персонала;
- пиар-акции, любого уровня;
- популяризация предприятия;
- соблюдение и поддержание экологии и экологических норм;
- привлечение населения в рекламных акциях предприятия;
- креативные решения интересов предприятия и реализации поставленных целей.

К сожалению чаще всего корпоративная политика в России выглядит так только в документальной форме: по факту корпоративная политика в России развита на тридцать процентов из ста возможных. В США же политика корпорации развита на сто тридцать процентов. Связанно это с мотивацией и достойной оплатой труда персоналу. Большая проблема корпоративной политики России в том что, топ менеджеры предприятий в России стараются сэкономить на всем и чаще всего на обслуживающем персонале и экологических нормах. Так же управляющее предприятий заинтересованы в личных доходах, а не реализации корпорации в целом и повышение общего корпоративного капитала и уровня корпоративной политики. Из-за низких штрафов и меры наказания в России, выгоднее нарушить правила корпоративной политики и законодательных законов РФ, чем следовать ее потенциалу.

Чтобы вывести корпоративную политику России на мировой уровень достаточно обратить внимание на соблюдение современных законов, увеличение размеров штрафов и ужесточение мер наказания, обложить огромными штрафами организации нарушающие правила корпоративной политики, возбуждение уголовных дел за нарушения экологических норм, чаще проводить проверки персонала, повышать уровень и опыт сотрудников и в первую очередь управляющего звена. Самые заинтересованные компании стажируют своих специалистов за границей, получая высококвалифицированный персонал, который сможет реализовать уверенно команду.